



目次

- ごあいさつ
- アメリカにおけるリフォーム…… 1
- 米国におけるホームセンター・ビジネス…… 2
- リモデリング戦略…… 4
- リフォームにおけるデザイン…… 5
- ドライウォール工法視察研修ツアー…… 7
- EBPA夏季住宅視察ツアー … 8

ごあいさつ

リフォーム特集号の発行にあたって

日頃よりワシントン州内の企業・製品をご愛顧いただき誠にありがとうございます。
毎年、春と夏に発行しております「ワシントン州住宅産業情報」（前回は3月発行）ですが、今号はアメリカ針葉樹輸出協議会（SEC）が開催いたしました「米国最新リフォーム事例研究セミナー」の一部講師陣の講演内容をまとめたリフォーム特集号を発行する運びとなりました。ここでリフォームに関する最新情報や具体的なリフォーム実例をご紹介しますにあたり、読者の皆様にアメリカにおけるリフォーム市場をより深くご理解いただくことで、今後の建築設計・デザイン・工事に大いにお役立ていただけるものと確信しております。

「米国最新リフォーム事例研究セミナー」は、SECの主催により、2004年3月を皮切りに、東京・さいたま・千葉・横浜の4都市で開催され、約150人以上の業界関係者にご参加いただきました。セミナーでは、日米の建築家・米国のリフォーム業者と大手ホームセンター「ロウズ」社を講師として招き、米国のリフォーム最新事情、プロジェクトの紹介、自らの米国での住宅購入・リフォーム体験、優良リフォーム会社の経営方法や米国のホームセンター市場や動向などが紹介されました。また、講演以外にもミニ展示会が設けられ、窓・モールディング・屋根材のメーカーや建材卸売り輸出業者（コンソリデータ）がリフォームに適した製品やサービスを展示紹介し、休憩の合間に来場者の方々と意見交換をされました。

ワシントン州政府とエバグリーン建築資材貿易振興会（EBPA）は、毎年ワシントン州シアトルへの住宅視察ツアーを企画しており、日本の皆様に、現地でしか味わえない現場の様子、最新のデザインや建材・設備、そして日本でも今後関心が高まるエコ建材などにアクセスできるチャンスを提供しています。またSECの米国リフォームを日本に推進する活動を支援し、引き続きより高品質な住まいを日本の皆様に提供してまいります。



アメリカ針葉樹
輸出協議会

SEC主催の「米国最新リフォーム事例研究セミナー」の第2弾は下記の予定で、さらにパワーアップしたセミナーを開催いたしますので、是非ご参加ください。

- 5月17日 大阪
ジェット口大阪輸入住宅部材センター
- 5月18日 広島
RCC文化センター
- 5月19日 福岡
博多全日空ホテル
- 5月21日 名古屋
ナディアパークデザインセンタービル

お問い合わせ先：
アメリカ針葉樹協議会
〒107-0052 東京都港区赤坂1-1-14
東信溜池ビル8F
Tel: 03-3589-1320
Fax: 03-3589-1560
E-mail: asjo@gol.com
http://www.softwood.org/japan

「アメリカにおけるリフォーム」

アメリカ針葉樹輸出協議会
インターナショナルマーケット ディレクター
ポール・ボードマン 著

背景

アメリカでは、リフォーム（米国ではリモデルと言う）は人々の最大の楽しみになっている。毎年、何百万人ものアメリカ人が何らかのリフォーム、たとえば、ファミリールームの増築、浴室の改装、窓の取り換え、照明器具の交換、キッチン設備やキャビネットの交換を行っている。確かに、リフォームによって家は住みやすくなり、より安全になるが、アメリカ人をリフォームに駆り立てているのは、財務的な安全性と富の構築である。アメリカのホームインブループメント需要の多くは、経済的なインセンティブに由来する。アメリカでは、ホームインブループメントによって次に販売するときの住宅価格が上昇し、インブループメントにかけた費用の80%以上を回収できるという事情がある。ハーバード住宅共同調査センターは、リモデルと「ホームインブループメント支出は経済成長を押し上げると同時に、国の13兆ドルの住宅ストックを維持、強化する」と指摘している（2003年全国住宅事情調査、ハーバード住宅共同調査センター）。

リモデルと経済

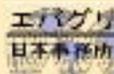
全米ホームビルダー協会（National Association of Homebuilders）によれば、米国経済にとって住宅着工は重要な要素であり、通常、住宅投資がGDPの約15%を占めている。2000年に米国経済のバブル崩壊以降、住宅投資が経済に及ぼす影響はさらに高まり、GDPに占める割合は20%を超えているという。2003年に自家所有者（ホームオ



リフォーム後の浴室

ナー）が自宅のインブループメント（リフォーム）にかけた金額は前年より7.3%増え、リモデルに費やした金額は米国全体で1,644億ドルに達している（ハーバード住宅共同調査センター）。2004年は、ホームインブループメント工事はさらに増えると予想される。自宅のメンテナンス、修理、インブループメントに賃貸物件のメンテナンス、修理、インブループメントが加わると、住宅のインブループメントとメンテナンスの総額は2,140億ドルに達する。アメリカでは、住宅の修理とリモデル部門の売上額は、衣料品店販売、公共工事、法律業務を上回る。（2003年リモデル調査、ハーバード住宅共同調査センター）

↓ (3ページにつづく) ■





米国におけるホームセンター・ビジネス

輸出販売部門 フレドリック・プルー

ロウズ・ホーム・インプローブメント・ウェアハウス(以下ロウズ)

ロウズは年商308億ドル、あらゆる製品と機器を販売する会社です。同社が45州に展開している950店舗には、毎週、1000万人を越える個人のDIY愛好家とプロの業者が訪れます。ロウズは世界第2位のホームセンターで、小売業としてはアメリカ国内で12番目の規模です。ロウズは現在積極的な拡大計画を進めており、2週間に1店舗のペースで新しい店舗をオープンしています。詳しい情報はwww.lowes.comまで。

ロウズはノースカロライナ州で1946年に設立されました。このビジネスを始めた時期には、もっぱらプロの業者を顧客としていましたが、年が経つにつれ一般DIY顧客を増やしてきました。今日、ロウズは建材、補修・改築用部材および道具をフル・ラインで販売する308億ドル規模の会社です。ロウズは世界で2番目に大きなDIY小売業者となります。また米国の小売業者のなかで規模として12番目に大きなものです。ロウズは45の州の950店舗で事業展開をしており平均2週間ごとに新しい店舗を開店して15万人の従業員を雇っています。毎週1000万人以上のDIY一般顧客およびプロ業者と取引をしており、各々の店舗には、4万点以上の商品を在庫販売しています。さらに、私たちは顧客に100万点以上の製品を提供することのできる特別な受注システムを持っています。店舗サイズは平均で15,000平方メートルで、各店舗はランバー材、設備機器、ガーデニング用品、金具類、電気設備、配管設備、木製加工製品、またビジネス用デスク類を取り扱います。すべての店舗でDIY顧客向けに施工方法を学ぶ機会を用意しています。またウェブサイトwww.Lowes.com上でも施工方法の情報を見ることができ商品の注文もオン・ラインでできるシステムがあります。



ロウズの店舗

米国でのホームセンター産業

今日、米国でのホームセンター産業は、プロ業者および一般住宅所有者の両方の顧客を含み、1500億ドルに相当します。2002年にこの産業は4%成長しました。今後は年間6%の成長を見込んでいます。このホームセンター産業の次の10年間の成長率は、一般的な小売業の2倍になると予想されています。このように米国でのホームセンター産業は非常に大きく、また成長しています。このことは過去数年間にわたり米国経済に貢献するものでした。この成長は今後も成長する住宅産業および一般住宅所有者のDIYへの関心の高まりにより継続すると予測されます。2003年には、米国のホームセンター産業全体として6.8%成長しました。市場別には、一般消費者市場が6.6%成長し、プロ業者市場は7.4%

成長しました。この市場成長の結果、ロウズは米国にて積極的に新たな店舗を開店してきました。取り扱い製品カテゴリーごとでは、2003年、ランバー・建築資材の販売は7.1%成長しました。ガーデニング、造園設備も好調で6.9%の成長でした。棚、照明、カーテンなどの装飾品も好調でした。すべての製品カテゴリーにおいて好調な成長を示していることは注目できる事と考えます。



ガーデニング・デッキ

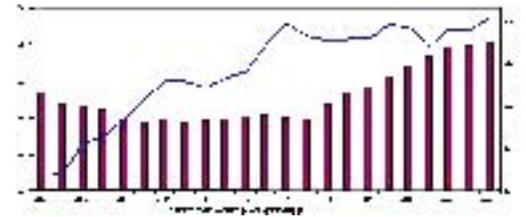


キッチンキャビネット用のハードウェア類

成長を支える要素

多くの人が家を保有する事が改善補修・リフォーム業を含むホームセンター産業成長の鍵を握ります。1985年以降、多くのアメリカ人が家を所有するようになったことが、成長に大きく貢献しています(右上表をご参照ください)。歴史的に見て平均よりだいぶ低い住宅融資金利が、多くの人が家を持つことへつながりました。ほとんどの顧客は、家への投資(改善補修・リフォーム)を重要視しています。平均的な消費者は、より少ない費用でリフォームを行いたいと考えています。このことがDIYへの関心の高さとなり、ビジネスの成

長に貢献します。米国の調査によると、ある改善補修・リフォームの費用が1万ドル以下の場合、住宅所有者は自分で作業をするDIYとして取り組むと考えられています。アメリカ人は作業を自分でやる事に積極的です。住宅所有者が、あるDIYの作業をする場合、頻りに家族全員で取り組みます。米国では、女性が非常に強い役割を果たします。家の改善補修・リフォーム工事の85%を女性がそれを実行するか否かを決めています。しかしながら、同時に重要なことは、困難であったり技術的な工事(作業)についての決定は多くの男性によりなされます。女性がロウズの顧客のおよそ半分を占めます。社会の流行も非常に重要です。住宅に関するテレビ番組が一つの例です。ロウズは、過去のそのようなテレビ番組のスポンサーになりました。このことが、番組中に紹介された製品販売の増加に直接的に結びつきました。米国では住宅関連のテレビ番組が50近くあります。



「持ち家率と家購入の容易度(アフォーダビリティ)」

ロウズの市場販売戦略

ロウズの戦略のポイントは米国の主要都市すべてにある950の店舗であり、強力な存在感を表しています。店舗ではDIY顧客に幅広い製品を提供します。製品が店舗にあるか又は在庫でもっているかがDIY販売にとり重要です。さらに、顧客を支援することは非常に重要と考えます。すべての店舗で、顧客を支援するためのキッチン設計用CADコンピューターを用意しています。またすべての店舗はカスタム色・混色ペイント・システムを用意しています。顧客の仕様書に基づいて、カスタム・サイズに木材、合板などを切断する設備、そして配送サービスがあります。顧客が施工作業を必要とすれば、ロウズはプロフェッショナルによる施工サービスを提供します。

施工のノウハウ指導

950店舗のすべてで、毎週、無料の施工指導・講習会を開催します。内容は、床材の施工、デッキを構築する施工方法、照明・ペイントの使い方の講習などです。現在、重要視しているのは床材、照明そして配管についてです。参加人数は1店舗につき毎週5~6人です。指導は私どもの専門家によります。指導・講座は製品、道具を使いながら施工を行う実践的なものです。一般の参加者も実際に手を使いながら学びます。



フローリングの施工講習会

ロウズのホームページ

ロウズホームページは、オン・ラインでの詳細な製品情報およびサポートの詳細をご覧いただけます。さらに、DIY顧客が施工方法を理解できるように情報が用意されています。ここでは多数のタイプの作業・工事に必要な道具および製品の情報を含んでいます。全国向けそして地元向けの新聞、テレビおよびダイレクト・メールによる広告は、ロウズの販売戦略の重要な要素です。ロウズの成功の鍵はカスタマー・サービスの良さです。カスタマー・サービスは高い販売の成長には重要と考えます。顧客はより深い知識をもっており要求度も高まっていますのでロウズではすべての顧客のニーズを理解することを非常に重要と考えています。

Q&A

- Q.** 顧客層の割合を教えてください。
- A.** DIY一般顧客は80%で、プロ業者顧客は20%です。
- Q.** ホームインプロブメント・ビジネスは成長ピークに達するのでしょうか？成長は、継続するのですか？
- A.** ロウズでは、次の数年の高い伸びを予測しています。もちろん毎年、多少の上下は考えられますが次の数年に成長の大幅な低下があるとは考えていません。この確信の表れとして、私たちは2週間ごとに1店舗の割合で新しい店舗を開く展開を進めています。

■ ↓ (1ページよりつづく)

中古住宅販売

2003年の中古住宅販売は記録的な数字を示した。アメリカでは、昨年1年間に600万件を超える住宅が販売された。中古住宅販売は、新しく家を購入した家主が自分のニーズに合わせて改修するため、ホームインプロブメント・ビジネスを活性化する。住宅購入者の75%は、購入時にすでに自分のやりたいインプロブメント工事を決めており、90%が引っ越してから1年以内に工事を始める。日本と違い、中古住宅は新築住宅と同じ価値か、むしろ新築住宅より価値が高い。アメリカ人は、自分の住んでいる家の価値が高く評価されることを期待する。リモデルは単に住宅の価値を維持するだけでなく、より高い価値をつけることになる。事実、一部の大都市圏では、郊外に建てられた新しい家より、ダウンタウンに近い古い家の方が価値が高い。



デッキを増築

アメリカの中古住宅販売件数

1995	3,886,000
1996	4,197,000
1997	4,382,000
1998	4,970,000
1999	5,205,000
2000	5,152,000
2001	5,282,000
2002	5,955,000
2003	6,030,000
*2004	5,712,000

*NAHB の予測
出典: 全米リアルター協会

主要リモデル工事 (2002年)

工事内容	割合
キッチンのリモデル	63%
浴室のリモデル	61%
部屋の増築	58%
窓・ドアの交換	44%
全面的リモデル	38%
浴室の増築	36%
屋根工事	32%
ポーチの囲い・増築	31%
日曜大工	31%
外壁工事	28%
デッキ増築	26%
地下室の仕上げ	24%
配管	21%
保険による修理	20%
2階の屋根裏部屋	19%
屋根裏部屋の仕上げ	11%
歴史的保存	8%

諸データ

- 経済性**
- 2002年、アメリカでは、住宅が世帯資産に最高の割合を占め、31%となった。(NAHB 2003年住宅統計)
 - アメリカの住宅ストック価値は13兆ドルを超え、ホームオーナーは総額で約8兆ドルの住宅資産を保有している。(NAHB 2003年住宅統計)
 - 新築及び中古住宅の中心及び平均価格は、前世紀の過去20年間で2倍以上に上昇した。(NAHB 2003年住宅統計)
 - 米国民の持家率は68%。
 - 住宅リモデルへの2万ドルを超える世帯支出は、総支出額では1,270億ドル (48%) に相当する。(2003年全国住宅事情調査 ハーバード住宅共同調査センター)
 - DIY支出額は、インプロブメント支出総額の20%強を占めると推測される (DIY支出額は、ホームオーナーが使った時間の価値を工事費用として申告しないため、控えめな数字になっている)。(2003年全国住宅事情調査)
 - ホームインプロブメントの42%にはDIYの要素が含まれる。その一部又は全部は、ホームオーナー自身が行っている。(2003年全国住宅事情調査)
 - 2003年には、30年のモーゲージの平均固定金利は5.90%であった。(主要融資機関のフレディ・マック調査)
 - 2001から2002年に、アメリカのホームオーナーは推定1,802億ドルの資産を現金に換え、その1/3 (約600億ドル) をリモデルに投資している。(2003年全国住宅事情調査)
 - 借り換えをして現金を得たアメリカのホームオーナーは、平均で2万6700ドルを引き出した。(2003年全国住宅事情調査)



人口統計

- 2000年から2010年には、マイノリティが750万世帯、2010～2020年は780万世帯増えるだろう。マイノリティの世帯数がアメリカの世帯数に占める割合は、20年間で、1/4から1/3弱まで伸びると予想される。
- 現在、初めて住宅を購入する人の10人に1人が外国生まれのマイノリティである。
- 1998年から2001年にかけて、マイノリティ世帯が320万戸の中古住宅を購入した——中古住宅の約22%がその期間中に販売されている。(2003年リモデル調査、ハーバード住宅共同調査センター)
- 支出の内訳は年齢によって異なる。55～64歳の世帯——この10年間にアメリカで最も急速に拡大した年齢層——は、専門業者にホームインプロブメント予算の80%以上を支出している。44歳未満の世帯では、専門業者への支出額はインプロブメント予算の65%にとどまっている (若い人はDIYの割合が高い)。(2003年リモデル調査)
- 所得が8万ドルを超え、住宅資産が自宅の資産の40～60%に相当する世帯は、毎年平均4,320ドルをインプロブメントに使っている。(2003年リモデル調査)

その他

- ホームオーナーは、自宅価格の上昇により、浴室のリモデル費用の90%近くを回収している (2003年リモデル調査、ハーバード住宅共同調査センター)。
- 全国的にみて、リモデルによって自宅の価値が上昇するため、ホームオーナーはインプロブメント費用の80%を回収している。サンフランシスコやボストン等のより古い住宅が多い住宅市場では、リモデル費用の90～100%が回収できる。(2003年リモデル調査)
- 18のキッチン機能のうち、増築したいアメニティの第1位がウォークイン・パントリーで、それに、アイランド型キッチンとライトウッドのキャビネットが続く。(NAHB調査)

業界

- ホームインプロブメント業界は、新築住宅のホームビルダー業界と同様に統合がすすんでいる。年間請求額が100万ドルを超えるリモデル業者の約1%が、専門的リモデル工事件数の1/3を受注している。(2003年リモデル調査)
- ホームインプロブメント工事は、地理的にも偏りがある。5つの大都市圏 (ニューヨーク、ロサンゼルス、シカゴ、サンフランシスコ、フィラデルフィア) が、ホームインプロブメントへの総支出額の20%を占め、10の都市圏が30%を占めている。(2003年リモデル調査)
- リモデルと修理を専門とする企業が、住宅建設業界で働く250万人の労働者の約半分を雇用している。(2003年リモデル調査)
- 住宅リモデル企業は約20万社で、自営建築業者は60万人。DIYをする人は2,160万人を数える。(2003年リモデル調査)

小売りと流通

- ホームインプロブメント・センターは、住宅の建築、リフォーム、メンテナンス用の商品を販売し、2002年の売上額は2,700億ドルに達した。(2003年リモデル調査)
- 統合。2001年までに、建築及びホームインプロブメントのすべてを扱う小売流通会社の上位5社が、流通業者上位500社の総売上額の2/3を占めた。ホームデポとロウズが、流通業者上位500者による建築及びホームインプロブメント製品の総売上額の58.5%を占めた。(2003年リモデル調査)

リモデリング戦略

リック・イェルム
CR, CGR (全米リモデル協会認定リモデラー)
リモデリング・スペシャリスト,
フェイズ・II・インク社
ワシントン州タコマ市



フェイズII コンストラクション

創立24年のフェイズII コンストラクションは、スタッフは総勢4人、2002年の売り上げは370万ドルを越え、2003年も480万ドルの売り上げが見込まれています。リック・イェルム氏は事業経営とマーケティング、主な建築資材の購入を担当しています。フレーミング工事やキッチンキャビネットの取り付け等の現場作業にも参加しています。

リフォームにおける3つの疑問点とは？

1. なぜ建て替えてなくリフォームなのか？
2. リフォームするコストの方が高いか？
3. リフォームの利点とは？

上記の質問に、1から順に答えていきましょう。

1. なぜ建て替えてなくリフォームなのか？

リフォームを行うのは通常、住宅の状態が良い状態で、それでも施主が例えば特定の部屋を改良したい、又はスペースを増やしたい、既存の部屋を修理したい、住宅全体のエネルギー効率を良くしたいなどそれぞれの不都合を解消する必要性や高齢者対策が認められる時です。この高齢者対策については、高齢者介護施設や養護施設を利用するには莫大な費用が負担となるため、年老いてくると高齢者対策を施すリフォームを行うオーナーが増えてきています。



人気の高い主寝室のリフォーム

2. リフォームするコストの方が高いか？

大規模なリフォームは、一般的な戸建住宅を新規に購入するよりコストが嵩む場合があります。何故なら、リフォームに伴う解体費用がかかるのと、技術的に既存の構造に全ての必要な改良を加えつつ、新しい技術や最新機能を持った製品と適応させなければならないからです。しかし、部分的なリフォームは、通常新築の住宅を購入できない予算の限られた多くのオーナーにとって有効な手段です。また特定の限られたスペースをリフォームすることによって出費を最小限に抑えることが出来ます。多くの場合、リフォームを必要とするのは住宅全体のほんの一部にしか過ぎません。

コストと資産価値の関係

あるリフォーム専門雑誌では、リフォーム後の付加価値の推移と約1年後に売却する場合の資産価値の試算を調査・研究しました。この調査は全米を通じて行われ、近年のリフォームにおいてどのくらいの資産価値が認められるのかを調査したも

のです。

その調査によると、例えば、あるオーナーが2002年に新しくデッキを増設したとします。その約1年後には、そのオーナーはコスト増設に係った費用の104%を回収できるとしています。もしそのデッキ材増設に\$1000の費用がかかったとすると、そのデッキ材の約1年以内に期待できる投資効率が\$1040だということです。しかしすべてのリフォーム工事で直接資産価値が上がるというものでもありません。例えば、キッチンのリフォームの場合、期待できる投資効率は80%前後です。平均的なキッチンリフォームにかかるコストは約\$10,000ですから、約1年後には約\$8,000相当の資産価値が認められることとなります。リフォーム箇所によっては、その他の箇所より高価値の投資効率をもたらすということは重要な要素です。このコストと資産価値の関係に関する詳細、または上記調査の詳細については、下記のウェブサイトをご参照ください。

www.remodelingmagazine.com

3. リフォームの利点とは？

新築の住宅建築に関わる数多くの厳しい建築基準法は、時にリフォームには適応されないということがあります。オーナーは必要なスペースのみをリモデルすることによって、費用を節約できます。また通常リフォーム工事中にもオーナーはそのまま住み続けることが出来ます。

アメリカでは今何が起きているか？

アメリカでは、リフォーム市場は新築市場と共に堅調なペースで成長しています。開発制限規制やその他規制が新築住宅の建設を抑制する中（結果として新築のコストを上げる要因となっているのだが）、多くの人々が新築する代わりにリフォームという選択をしています。またその住み慣れた土地や住宅に愛着がある人々がより広いスペースを求めたり、キッチンや最新機能のついたバスルームを求めるとき、リフォームという選択をします。それらの人々にとっては、他の土地に引越することなく、今ある現状をそのまま便利の良いモダン仕様へと変えるだけですむ選択がリフォームなのです。

施工事例写真

1. 部屋を200 sf 分大きくしました。フロアー内、温水床暖房のチューブが見えます。



2. 元々は小さなドローマでしたが、大きな部屋に合うよう窓を増やしました。施工前と施工後の外部からの写真です。



3. 大きなオープンスペースを追加するため、大きなグルーラムビームを使っています。完成までに1年半かかりました。



4. より良い採光と景色を確保するためのキッチンです。



5. この現場では、オーナーが解体や塗装など、工事の始まりから終わりまで参加しました。元は暗いキッチンが、採光のよい機能的なキッチンに生まれ変わりました。



6. ここはコンドミニアムの独身寮の1室でした。壁に穴をあけて配線やスタッドの位置を調べ、キッチンの視界を広げるため壁を取り除くことにしました。



Before



After

7. 別の暗いキッチンです。1970年代の初めの平たい天井に取り付けられました。天井を上げ、照明を増やしスカイライトも取り付け、有効なスペースを増やしました。窓は一切動かさず、単に既存のスペースを改良しました。壁越しに古いキッチンスペースが見えます。壁を取り除いた結果、広いスペースとより明るい採光、広い視界、より機能的なスペースを確保できました。



Before



After

8. この現場は、オーナーが東京に住んでいる間に行われたので、電子メールや早朝の電話のやり取りで話し合いました。既存の壁を取り除き、スペースを100 sf分増やしました。キッチンの施工前後の写真です。1905年から使われているランバーが見えます。



Before



After

9. このキッチン・リフォームは、オーナーのウェアハウザー家（製材業経営）らしく、様々な樹種を使用しているのが特徴です。フローアはユーカリの木を使用しました。



After

Q&A

Q. ワシントン州の気候はとて多雨が多いですが、住宅や基礎へのダメージの原因となるのではないですか。

A. 一般的には、気候は問題ではありません。これらの古い住宅が建てられたころは、シダーサイディングなどのとても耐候性のある樹種がよく使用されていました。シロアリの問題はあまり多くはありません。とても良く建てられた古い住宅には、通常あまり構造的、基礎的な問題は見つかりません。古い住宅を改造するときが一番大変なのは、その時代、住宅を建てる際に基礎下の地盤に硬材などで地耐力を向上させる地業工事が行われていなかったため、100年以上の古い住宅をリモデルする際はまず地盤を掘り地業作業が必要となります。

Q. もし築100年の地盤の悪い住宅をリフォームする場合、それらの住宅はもはや水平でない場合が多いと思いますが、それを水平に戻す技術はありますか。

A. 実は床が水平でないことをその家の魅力だと思って好む人がいたりするのですが、もし基礎が悪くても住宅の構造そのものが良い状態の場合は、住宅を持ち上げて基礎をやり直し水平に戻すことができます。もし基礎が良い状態の場合は、必要な箇所の床をレーザーを使って測り、床を上げて水平にすることができます。



居住スペースとして生まれ変わった地下室

Q. 何故地下室の設置が好まれるのですか。何故アメリカの一部地域では地下室が住宅に設置されていないのですか。

A. 元々地下室は、貯蔵倉庫として設置されてきました。しかし近年では、この地下室を居住できるスペースとしてリモデルするケースが増えてきました。新築で地下室を設置する場合のコストもそれほど高額ではありません。カリフォルニアなどの地域では、地下室が設置されている住宅はあまり見ることは出来ませんが、中西部では歴史的背景から竜巻などから身を守る避難場所として地下室が設置されているのを見ることが出来ます。

リフォームにおけるデザイン

ロジャー・ウィリアムズ
ミスーン・パートナーズ代表
ワシントン州シアトル市

16年にわたって日本の住宅設計・建設に携わる。日本では全米林産物製紙協会 (AF & PA)、米国商務部、ワシントン州政府、日本貿易振興機構(ジェトロ)、地方自治体、住宅開発業者やエバグリーン建築資材貿易振興会 (EBPA) と提携。
(社)日本建築家協会 (JIA) 会員と米
国建築者協会 (AIA) 会員。



建築家そしてデザイナーとしてリフォームについて述べさせていただきます。アメリカでは容易にリフォームが行われる理由のひとつとして、住宅の95%がツーバイフォー工法であることがあげられます。アメリカの歴史の中でほとんどの住宅が最初に建てられたときよりも資産価値が上がり、使用目的も何度か代わっているといえるでしょう。地域的なものも重要ですが、リフォームの可能性を左右するのはその住宅が建築された年代も大いにあるといえます。その土地と住宅の価値、もしくは潜在的価値が十分であると判断された場合、定期的なメンテナンスと大規模なリフォームを行うことで価値を上げることができます。

リフォームの理由は多岐にわたります。近隣の環境は重要です。現在住んでいる家が気に入った環境にあるならば、遠くへ引越しをするよりリフォームを考えた方が賢明でしょう。先祖代々受け継がれた住宅であれば、歴史を守る義務を持ちながらも、部分的なリフォームや改修をして快適で便利に暮らすことが理想的です。また、眺めのよさやスポーツジムや図書館などよく利用する施設が近いこともあって、引越しをしたくないと思われるかもしれません。また、家族が増えたり、巣立って行ったりとニーズが変わり、それに対応した改善をしたいと思うかもしれません。私の場合、娘が大学を卒業したのを機に彼女の部屋をホームオフィスにリフォームしました。また、昔からの友人や近所付き合いから愛着があるならば、引越しをせずにリフォームを考えるでしょう。どんな住宅でも定期的なメンテナンスが必要であり、オーナーはこれをきっかけに大きなメンテナンスやリフォームをします。

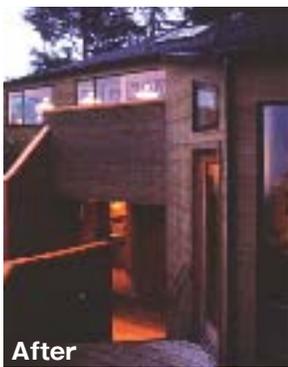
リフォームに関する出版物

日本にもリフォームに特化した出版物が発行されるようになりました。米国では何十年も前からリフォーム関連の出版物や雑誌があります。全米で販売されている中で代表的な例として「This Old House (この古い家)」、「Dwell (居住)」、「Real Simple (すごくシンプル)」などがあります。最初の「This Old House」は人気の高いテレビ番組からとったもの

で、DIY市場をターゲットとしています。最新号を例に取ると、キッチンのリフォーム、さまざまな工具の使い方や地下室がジメジメしたときの対策方法の記事が特集されています。オーナーがどのようなリフォームをしたか、リフォーム前と後の写真や詳細が紹介されています。全米版に加え、それぞれの地域限定で販売される住宅リフォームの出版物があります。その地域特有のデザインの動向やリフォームに関する出版物が大都市に存在します。リフォームは一般消費者にとって人気がある題材のため、シアトル・タイムズという主要の新聞に「夢の住宅・リフォーム」と題した記事を第一面に掲載し、オーナーの最近の好み、過程と結果などが報告されています。

リフォームの実例

リフォームの過程がどのような仕組みかをご説明するにあたって、私と妻が小さな予算で最初に住宅を購入した例を取上げます。この住宅（写真参照）は1973年に\$15,000で購入し、業者を頼まずに自分達だけでリフォームをしました。若い駆け出しの建築家として自分の住宅でリフォームにかかわるディテールや部材についてじかに体験を



する貴重な経験をしました。かなり大掛かりなリフォームとなり、元の基礎、インテリア壁やエクステリア仕上げもすべて取り払い、増築までしました。この住宅はもともと1910年に建設され、基礎もしっかりしていました。基礎から住宅を持ち上げ、現在の基準に沿った基礎と取り替える必要がありました。この住宅がすばらしい立地条件に建ち、構造がしっかりしていたので、この大掛かりなリ

フォームが最も経済的（付加価値）なやり方でした。大規模なリフォームをすることは、取り壊して新たに住宅を建てるよりは安価ですみました。結果的には1910年の構造で、デザイン賞をとった、非常にモダンな住宅に生まれ変わりました。

内装の改修としては新しい壁面、内装仕上げ、キャビネット金物類、暖房と電気工事が行われました。4年後に購入価格の1.0倍の価格で売却しました。\$15,000で購入し、リフォームの資材として\$18,000かかりました。5年後の販売価格\$150,000は私達にとって価値ある不動産投資となりました。もちろん、すべてのリフォームプロジェクトがこのぐらいの利益をもたらすわけではありません。好景気の中、正価で新しい住宅を購入できる余裕がある人であれば、新築の住宅を建てたでしょう。それは土地の上に建つ建造物より不動産としての価値が高いからです。

リフォームにおけるデザインの工程

リフォームにおけるデザインの工程は複雑なのですが、ここでは考慮すべき重要な点を取上げます。すべての建物がリフォームの可能性を持っています。建物を価値のある状態に戻すのにコストがいくらかかるかが、要因となります。プロジェクト範囲は4つの要素があります。

- ・どのように使用されるのか
- ・どのぐらいの品質を望んでいるか
- ・大きさは
- ・これらすべてがコストに影響する

ほとんどのオーナーがリフォームに多少なりとも費やせる予算を持っています。よって、建築家がオーナーの予算にあった大きさ・品質などの変動

できる要素を調整する必要があります。はキッチンの改修などの簡単なものもリフォームのうちです。この例では配管工事からはじめました。最終的なデザインを見た後、予算内に抑えるために、ディッシュウォッシャーと冷蔵庫は既に使用していたものを残すことにしました。お隣と近いこともあり、窓はガラス・ブロックを使用して、プライバシーを保つようにしました。奥様が左利きということもあり、ディッシュウォッシャーはシンクの左に移動しました。調理やお客様をお招きするスペースが作られました。



アメリカでは地下室が一般的です。もともとは倉庫として活用されていましたが、ゲストルームやファミリールームとしてリフォームされる一般的な場所となりました。

ツーバイフォー工法の柔軟性

この例は1915年に建設されたオランダ・コロニアル様式の家です。1960年にガレージの増築、前庭への階段や住宅後方の増築、改修など大規模なリフォームが行われました。オーナーはシアトルのダウンタウンのすばらしい眺望が楽しめるようにたくさんの窓がある、現代的な家を希望しました。構造



だけを残して取り壊され、3階すべてを3メートル分増築しました。景観を最大に生かすためにフロアプランを変更し、リビングルームを2階に持ってきました。ガレージの後ろにエレベーターを設置し、外に出ずに家に入れるようにしました。リフォーム後にはモダンな建物に生まれ変わりました。リフォームにかかった費用は高かったのですが、すばらしい立地条件を考えればコスト効率がよいプロジェクトとなりました。この家がコンクリート住宅であれば、リフォームをすれば法外な価格となります。し

かし、ツーバイフォー工法であるからこそ、このような変更が比較的容易にできるわけです。記録によるとこの住宅のオーナーは6代代わっており、そのうちの2人が大幅なリフォームを実施しました。そのほかのオーナーは小さなリフォーム工事や改修を行いました。現在のオーナーは2年間この家に住んでおり、米国の標準から見れば、比較的長い間住んでいます。現在の評価価値は2.3百万ドル（約2億4千万円）でもともとの住宅の購入価格とリフォームに要した金額は\$500,000（約52百万円）。住宅のインフレもひとつの要素ですが、シアトルではここ5年程イン

フレは横這い状態が続いています。

歴史を再現したリフォーム

以前、300年の歴史を持つレンガ造りの建物で内装が木材の住宅を手掛けました。オーナーは外観のレンガは残し、内装をリフォームしたいと考えました。その住宅が建築された1700年代には大きな窓はまだ製造されていませんでしたが、長い歴史の中で、その住宅のオーナーは何人かわり、その内の1人がもともとのデザインを変えて、窓を大きくするリフォームをしました。現在のオーナーは元のデザインを重要視し、小さな窓を取り付けるリフォームをしました。時には歴史的な背景を再現するためにリフォームのデザインも時間をさかのぼることがあります。

画期的な小さな住宅のリフォーム

このプロジェクトは最近のもので、小さな住宅のレイアウトをそのまま維持したリフォームです。この家は1923年に建設され、2年前までほとんど手を加えられることがありませんでした。新しいオーナーは庭のランドスケープとインテリアを大幅にリフォームしました。たいへん綿密に考えられたリフォームといえるでしょう。例えば、ガレージは雨が降ってもだいじょうぶなように屋根付きの多目的エリアにリフォームされました。住宅後方の古い階段は勝手口への通路として生まれ変わりました。リフォームされた勝手口はキッチンの重要な特徴として中と外を一体化しています。バスルームとキッチンがリフォームされ、機能が家の中のさまざまな場所へ移動しました。小さな住宅のため、ベッドルーム、バスルームとキッチンは大きく確保したいとオーナーは考えました。そのためにはフォーマルなダイニングルームは犠牲にし、リフォームされたキッチンの一部として活用されていま





ドライウォール工法 視察研修ツアー

ワシントン州シアトル

2004年6月7日(月)～6月11日(金)3泊5日間

当視察団の特色

1. アメリカ人専門家から、ドライウォール工法についての講義を受講します。
2. アメリカのドライウォール工法の建築現場を視察し、施工を体験していただけます。
3. ドライウォール工法による仕上げの住宅を視察します。
4. ドライウォール関連製品の取り扱い業者を訪問し、工具などを現地で購入、日本への発送が可能です。
5. 建築に詳しい通訳が同行しますので、言葉の問題がありません。
6. アメリカ大使館、在大阪・神戸アメリカ総領事館商務部主催の視察研修ツアーで、住宅担当の高畑和久上席商務専門官が同行します。
7. エバグリーン建築資材貿易振興会、アメリカ・ワシントン州政府、アメリカ商務省シアトル事務所の全面的なバックアップにより、充実した研修プログラムを提供します。
8. アメリカ大リーグ、シアトル・マリナーズの試合観戦が可能です。(オプション)

企画・主催

アメリカ合衆国大使館
在大阪・神戸アメリカ合衆国総領事館商務部

協力団体

ワシントン州政府通商経済開発局
EBPAエバグリーン建築資材貿易振興会

ドライウォール工法視察研修ツアーの概要

1. 6月7日(月) 各地より各自成田空港へ 成田発 午後
NW航空機
シアトル着 午前 専用車で市内見学 早めの
ホテルチェックイン
シアトル・マリナーズ試合観戦(オプション)
ホリデーインイクスプレスホテル 泊
2. 6月8日(火) シアトル 終日ドライウォールセミナー(昼食
を含む)
夕方 歓迎レセプション
シアトル ホリデーインイクスプレスホテル 泊
3. 6月9日(水) シアトル 午前 住宅開発地視察(昼食を含む)
午後 ドライウォールの工具等購入と
関連企業訪問(ドライウォール、ペイント等)
シアトル ホリデーインイクスプレスホテル 泊
4. 6月10日(木) シアトル発 午前/昼 航空機 帰国の途に。
機内 泊
5. 6月11日(金) 成田 着 午後 入国手続後解散

視察旅行参加費用：191,000円
(日程表通りの宿泊食事・交通費・視察セミナー費用)



ごあいさつ

昨年7月1日に日本の建築基準法が改正され、いわゆる「シックハウス規制」が導入されました。その結果、従来にも増して安全性の高い建材が求められています。現在、アメリカで住宅等に一般的に用いられているドライウォール工法は、アメリカ製ペイントの安全性と相まって、非常に健康的な工法と考えられています。

アメリカ大使館、在大阪・神戸アメリカ総領事館商務部では、昨年夏から全国8都市で、「ドライウォール・セミナー & アメリカ製ペイント・ミニ展示会」を開催し、ご好評をいただきました。セミナーご参加の皆様から、もう一步進んで、アメリカで本場のドライウォール工法について学びたいというご要望をいただきました。そのような声にお応えするため、ワシントン州政府、エバグリーン建築資材貿易振興会のご協力をいただき、ワシントン州シアトルに、ドライウォールセミナー視察研修ツアーを派遣することになりました。

アメリカ人専門家の講義を受講し、現地でなければ見ることのできない現場を見学、また、ドライウォール関連製品の購入もできます。ぜひ、この機会に視察研修ツアーにご参加ください。

敬具
在大阪・神戸アメリカ合衆国総領事館
商務領事 チャールズ・リース

お問合せ・お申込方法

視察・セミナー内容：

在大阪・神戸アメリカ合衆国総領事館・商務部
担当：高畑 和久

TEL:06-6315-5957 FAX:06-6315-5963
メール：ktakabatake@usaexports-jp.com

旅行内容：

クリエイトツアー「ドライウォール工法視察研修ツアー係」
担当：稲葉 好勝

TEL:06-6536-5671 FAX:06-6534-1244
メール：isi@carrot.ocn.ne.jp

お問合せ・お申込はお電話、ファックス又はメールで貴社名、お電話番号、ご担当者名ご一報下さい。すぐに旅行条件書・詳細日程表・お申込書等 詳細ご返事申し上げます。

2004年エバグリーン夏季 住宅視察ツアー

エバグリーン 建築資材貿易振興会

日本事務所

アメリカ住宅の環境と健康への 取り組み & 高級住宅デザインとインテリア

期間：8月30日（月）～8月31日（火）

場所：ワシントン州シアトル市、タコマ市、及び オレ
ゴン州ポートランド市

◆2日間の現地参加費用◆

EBPA会員 30,000円

一般 33,000円

航空・宿泊手配を含むパッケージ旅行もご案内できます。
お問い合わせ下さい。

エバグリーン夏季住宅視察ツアー2004は、日本の工務店ビルダー、建築設計者、インテリアデザイナー、建材流通業者の方々を対象に、セミナーご参加・建築現場や住宅展示場視察を通じて、アメリカ住宅業界のグリーン・健康住宅建設への取り組みと高級戸建住宅の専門知識を得ていただくものです。

第一日目

健康住宅、*サスティナブル住宅のための 建材とその使われ方

シアトル市は、環境にやさしい健康住宅の分野においてアメリカ国内で最も進んだ地域と認められています。

*サスティナブル…環境負荷が少ない、次世代に負債を残さない、持続可能な、の意味。

a) 「環境ホームセンター」視察

省エネ効果があって、環境にやさしく、安全で健康的な住まいのための建材や一般消費財を専門に扱い、この分野で受賞を受けているホームセンターを訪れます。ここでは専門家から新商品や人気製品についての話を伺います。



このホームセンターは1991年、ホームビルダーのマシュー・フリーマングリーソン氏により創業され、自分たちの環境と仕事を持続させることのできるサスティナブルな住宅、生活のための解決方法を消費者、建築家、デザイナー、建築業界のプロフェッショナルに紹介します。

b) サスティナブル・健康住宅の建築現場を視察

サスティナブル・健康住宅に使われる最新の製品・技術・デザインを確認する目的で、シアトル地域で戸建住宅を2ヶ所視察いたします。現場では、実際の施主、建築家が、どのように考えて、製品や技術を選び使っているか具体的な説明を聞きます。このツアーは、アメリカ北西部において、環境にやさしい建築を推進する協会、ノースウエスト・エコ・ビルディング・ギルドの協力を得て行われます。

NWエコ・ビルディング・ギルドは非営利で運営され、環境にやさしくサスティナブルで健康的な住宅建築を支持するビルダー、施主、建材メーカー、住宅建築にかかわる業者がメンバーとなり運営されています。

1993年に設立し、今では米国北西部に8支部を持ち、ネットワークを通じてサスティナブルで健康的な住まい方の専門知識の収集と教育普及活動を行っています。



第二日目

高級戸建住宅の視察

今年で29回目を迎える「ポートランド・ストリート・オブ・ドリームス」(オレゴン州ポートランド市)を視察します。アメリカ木製フレーム構造住宅における、最も新しいデザイン、ライフスタイル、インテリア・デコレーション、建材、内装材の使い方をご覧いただく絶好の機会です。



ポートランド・ストリート・オブ・ドリームス(ヒドゥン・エステイツ)約2エーカー(約8,100平方メートル)の土地面積に建てられた7棟の戸建住宅が展示されます。今年開催される場所はシーダーの木々、10エーカーの湖、小川が流れる美しい地域です。高級感を十分に反映する住宅をビルダーからの話しを交えてご見学いただきます。

その他のスケジュール

・シアトルでレセプション
建築家、建材メーカー、建材輸出業者との交流に役立ちます。



・オプション 野球観戦
シアトル・マリナーズ 対
カンザスシティ・ロイヤルズ
開催日：8月29日（日）
会場：シアトル市セイフコ・フィールド

イチロー、長谷川 が出場予定のこの試合をお見逃し無く！

日付	時間	プログラム	詳細
8月29日	午後1:05 (オプション)	野球観戦	シアトルマリナーズ 対 カンザスシティロイヤルズ
		セイフコフィールド	
8月30日	午前	シアトル	「環境ホームセンター」視察
	午後	シアトル	建設現場視察(健康で環境にやさしい家)
	午後	タコマ	レセプション、ミニ展示会
8月31日	午前	貸切バスでポートランドへ移動	
	午後	ポートランド・ストリート・オブ・ドリームス視察	
	午後	貸切バスでシアトルへ戻る	

■現地参加費用に含まれるもの

- 日本語資料(視察する住宅の詳細情報、間取り情報)
- 視察中の解説と現場での日本語通訳
- バス手配(シアトル、タコマ、ポートランド、シアトル地域のご宿泊ホテル間のバス送迎)
- 8月30日及び31日の昼食代、また30日のレセプション費用
- 「ポートランド・ストリート・オブ・ドリームス」の入場費用
- アメリカ建材メーカー及び「環境ホームセンター」の製品カタログ

■現地参加費用に含まれないもの

- 航空チケット費用・ホテル費用・空港からの送迎・8月30日及び31日の昼食以外の食事、野球観戦チケット

■参加申込の締切り日

2004年8月9日(月)

■キャンセルした場合の参加費返金

8月16日までは100%

8月23日までは50%

8月23日以降は0%

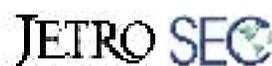
お問い合わせ：

エバグリーン建築資材貿易振興会(EBPA)日本事務所
105-0001 東京都港区虎ノ門5-4-8-301 Tel: 03-3459-0898
Email: ebpa@mue.biglobe.ne.jp URL: http://www.ep.org/

後援：



STATE OF WASHINGTON
DEPARTMENT OF COMMUNITY,
TRADE AND ECONOMIC DEVELOPMENT



お申込・お問い合わせ FAX: 03-3459-0897

フリガナ
会社名/担当者名
フリガナ
住所
Tel/Fax